



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Cambio organizacional y endomarketing en la  
Acreditación de las UPS de Patología Clínica INEN  
según Norma ISO: 15189 Lima - 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**

**AUTOR:**

**Mg. Paul Fortunato Avelino Callupe**

**ASESORA:**

**Dra. Celia Mercado Marrufo**

**SECCIÓN:**

**Ciencias empresariales**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Control administrativo**

**PERÚ - 2016**

---

**Dra. Flor de María Sánchez Aguirre**  
**Presidente**

---

**Dra. Galia Susana Lescano López**  
**Secretaria**

---

**Dra. Celia Emperatriz Mercado Marrufo**  
**Vocal**

**Dedicatoria**

Con mucho amor y gratitud a Dios que permite una plena superación y a mis padres por su apoyo incondicional para lograr mi superación profesional.

### **Agradecimiento**

Expreso mi agradecimiento a todas aquellas personas que han participado en la investigación; Tecnólogos médicos, encargados de gestión y jefes de la institución que han colaborado en desarrollar la presente investigación.

Agradezco de manera especial a la Dra. Vilma Herrera Valverde y al Dr. Daniel Aguilar por el apoyo brindado; el cual demuestra su deseo de trabajar con calidad y asegurar la organización del Inen.

### **Declaratoria de Autoría**

Yo, Avelino Callupe Paul Fortunato, estudiante del programa de doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Escuela de Postgrado de la universidad Cesar vallejo, identificada con DNI 02874946, con la tesis titulada “Cambio Organizacional y endomarketing en la Acreditación de las UPS de Patología Clínica del Minsa según Norma ISO 15189:2012”.

Declaramos bajo juramento que:

- 1) La tesis es de nuestra autoría.
- 2) Hemos respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otro), asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestra acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad cesar Vallejo.

Los Olivos, 24 de Noviembre del 2016.

Paul Fortunato Avelino Callupe

DNI: 41043323

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de elaboración y sustentación de Tesis de la Escuela de Postgrado de la Universidad “César Vallejo”, para elaborar la tesis Doctoral en Gestión Pública y gobernabilidad, presento el trabajo de investigación titulado: “Cambio Organizacional y endomarketing en la Acreditación de las UPS de Patología Clínica del INEN según Norma ISO 15189 Lima - 2016”.

En este trabajo se describe los hallazgos de la investigación, la cual tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el Cambio Organizacional y endomarketing en la acreditación de la una UPS de Patología Clínica INEN. Con la información obtenida se desea asegurar que los procesos de implementación de la Norma ISO: 15189 en la Acreditación puedan ser fortalecidos mediante una alta relación del cambio organizacional y endomarketing.

El estudio está compuesto por siete secciones, en el primero denominado introducción describe el problema de investigación, justificaciones antecedentes objetivos e hipótesis que dan los primeros conocimientos del tema, así como fundamenta el marco teórico, en la segunda sección presenta los componentes metodológicos, en la cuarta sección presenta los resultados, seguidamente en la quinta sección presenta la discusión del tema, para en la sexta sección exponer los resultados, en la séptima sección se adjunta las referencias bibliográficas y demás anexos.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

El Autor

## Índice

	<b>Página</b>
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Resumo	xiv
<b>I. Introducción</b>	<b>16</b>
1.1 Antecedentes	18
1.2 Fundamentación científica	26
1.2.1 Cambio Organizacional	27
1.2.2 Endomarketing	41
1.2.3 Acreditación en el Laboratorio	46
1.3 Justificación	67
1.4 Problema	71
1.5 Hipótesis	71
1.6 Objetivos	72
<b>II. Marco Metodológico</b>	<b>73</b>
2.1. Variables	74
2.2. Operacionalización de variables	76
2.3. Metodología	79
2.4. Tipos de estudio	79
2.5. Diseño	81
2.6. Población, muestra y muestreo	81
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	83
2.8. Métodos de análisis de datos	89
2.9. Aspectos éticos	90

<b>III. Resultados</b>	91
<b>IV. Discusión</b>	125
<b>V. Conclusiones</b>	130
<b>VI. Recomendaciones</b>	132
<b>VII. Referencias bibliográficas.</b>	134
<b>Anexos</b>	142
Anexo 1. Matriz de consistencia	
Anexo 2. Instrumentos	
Anexo 3. Validación instrumentos	
Anexo 4. Población y muestra	
Anexo 5. Aplicación de instrumentos	
Anexo 6. Base de datos	



## Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Modelo de Cambio Organizacional	39
Tabla 2. Definiciones de Cambio Organizacional	40
Tabla 3. Definiciones de endomarketing.	40
Tabla 4. Definiciones de Acreditación.	42
Tabla 5. Matriz de operacionalización de la variable independiente Cambio Organizacional	73
Tabla 6. Matriz de operacionalización de la variable independiente endomarketing	74
Tabla 7. Matriz de operacionalización de la variable dependiente Acreditación	76
Tabla 8. Baremación instrumento 1	81
Tabla 9. Baremación instrumento 2	82
Tabla 10. Baremación instrumento 3	83
Tabla 11. Validez de instrumentos por Juicio de expertos	84
Tabla 12. Nivel de confiabilidad alfa Cronbach	84
Tabla 13. Estadísticos de confiabilidad Cambio Organizacional	85
Tabla 14. Estadísticos de confiabilidad endomarketing	85
Tabla 15. Estadísticos de confiabilidad de acreditación	86
Tabla 16. Percepción de cambio organizacional	89
Tabla 17. Percepción de Preparación al cambio	91
Tabla 18. Percepción de Asimilación al cambio	92
Tabla 19. Percepción de Aceptación al cambio	93
Tabla 20. Percepción de Compromiso al cambio	94
Tabla 21. Percepción de Endomarketing	96
Tabla 22. Percepción de Coordinación	97
Tabla 23. Percepción de Nivel institucional	98
Tabla 24. Percepción de Comunicación	99
Tabla 25. Percepción de Costos	101
Tabla 26. Percepción de Acreditación	102
Tabla 27. Percepción de Requisitos de Gestión	103

Tabla 28. Percepción de Requisitos técnicos	104
Tabla 29. Resumen de procesamiento de datos hipótesis general	107
Tabla 30. Prueba de Ómnibus de la hipótesis general	107
Tabla 31. Prueba de Hosmer y Lemeshow de hipótesis general	108
Tabla 32. Resumen de modelo de hipótesis general	109
Tabla 33. Clasificación de hipótesis general	109
Tabla 34. Variables de la ecuación de la hipótesis general	111
Tabla 35. Resumen de procesamiento de datos hipótesis general	112
Tabla 36. Prueba de Ómnibus de la hipótesis específica 1	113
Tabla 37. Prueba de Hosmer y Lemeshow de hipótesis específica 1	113
Tabla 38. Resumen de modelo de hipótesis específica 1	114
Tabla 39. Clasificación de hipótesis específica 1	115
Tabla 40. Variables de la ecuación de la hipótesis específica 1	116
Tabla 41. Resumen de procesamiento de datos hipótesis específica	117
Tabla 42. Prueba de Ómnibus de la hipótesis específica 2	118
Tabla 43. Prueba de Hosmer y Lemeshow de hipótesis específica 2	118
Tabla 44. Resumen de modelo de hipótesis específica 2	119
Tabla 45. Clasificación de hipótesis específica 2	120
Tabla 46. Variables de la ecuación de la hipótesis específica 2	121

## Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Diseño de la investigación Correlacional Causal	78
Figura 2. Fórmula para muestreo	79
Figura 3. Nivel de Cambio Organizacional	90
Figura 4. Nivel de Preparación al Cambio	91
Figura 5. Nivel de Asimilación al Cambio	92
Figura 6. Nivel de Aceptación al cambio	94
Figura 7. Nivel de Compromiso al cambio	95
Figura 8. Endomarketing	96
Figura 9. Nivel de Coordinación	97
Figura 10. Nivel Institucional	99
Figura 11. Nivel de Comunicación	100
Figura 12. Nivel de Costos	101
Figura 13. Nivel de Acreditación	102
Figura 14. Nivel de Requisitos de gestión	104
Figura 15. Nivel de Requisitos Técnicos	105
Figura 16. Probabilidades de la hipótesis general	110
Figura 17. Probabilidades de requisitos de gestión	115
Figura 18. Probabilidad de requisitos técnicos	120

## Resumen

Se evaluó la influencia del Cambio Organizacional y endomarketing en la acreditación de la Unidad Productora de Servicios (UPS) de Patología Clínica del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN), se aplicó encuestas al personal que labora en las diferentes áreas del laboratorio en base a la percepción de las variables en estudio, la variable dependiente estuvo asociada a criterios según la Norma Técnica Peruana NTP ISO:15189 el cual se aplica para acreditación de laboratorios; en los resultados descriptivos se observó que el 64% del personal percibe el Cambio Organizacional es de tipo “Alto”, 64% del personal percibe el endomarketing con un nivel “medio” y en consecuencia se observó que el 68% del personal percibe que la acreditación se encuentra en un nivel “altamente probable”. Se encuestó a 88 personas que laboran en la UPS de Patología Clínica – INEN; el personal debió cumplir con requisitos de inclusión asociado al alcance de certificación ISO: 9001 dentro de su área laboral. El presente estudio es una investigación de tipo explicativa, cuantitativo, básica, de diseño correlacional causal. La técnica que se utilizó en la investigación para las variables en estudio fueron: Uso de encuestas desarrollados mediante instrumentos de evaluación. Se utilizó la técnica de opinión de expertos, para la validación de las encuestas aplicadas. Se utilizó el uso de escala tipo Likert para encuestas. En el estudio, se usó Excel 2013 para el análisis descriptivo y software estadístico SPSS v. 22.0 para el análisis inferencial aplicando el estadístico de regresión logística.

Se concluyó al aplicar la regresión logística que el modelo fue estadísticamente significativo,  $X^2 = 13,46$ ,  $p < 0,001$ . El modelo explica el 19,9 % ( $R^2$  de Nagelkerke) de la varianza en la acreditación y clasifica correctamente el 75,0 % de los casos. La sensibilidad fue del 66,6 %, la especificidad del 77,14 %. De las dos variables predictores las dos fueron estadísticamente significativa, el Cambio Organizacional y endomarketing” Aquí detallamos los valores según la tabla: “Cambio Organizacional: OR = 0,952, IC95% [0,918 a 0,986],  $p=0,007$  y endomarketing: OR= 0,981, IC95% [0,958 a 1,004],  $p=0,10$ ”.

**Palabras clave:** *Cambio Organizacional, endomarketing – acreditación*

## Abstract

The influence of the Organizational Change and endomarketing on the accreditation of the Clinical Pathology Service Production Unit (UPS) of the National Institute of Neoplastic Diseases (INEN) was evaluated, and surveys were carried out on personnel working in the different areas of the laboratory based on The perception of the variables under study, the dependent variable was associated to criteria according to the Peruvian Technical Standard NTP ISO: 15189 which is applied for accreditation of laboratories; In the descriptive results, 64% of the staff perceived Organizational Change as "High", 64% of staff perceived the "medium" level of endomarketing and, consequently, it was observed that 68% of the staff perceived that the Accreditation is at a "highly probable" level. 88 people who worked at the UPS of Clinical Pathology - INEN; The staff had to meet the inclusion requirements associated with the ISO 9001 certification scope within their work area. The present study is a research of explanatory, quantitative, applied, causal correlational design. The technique used in the research for the variables under study were: Use of surveys developed using evaluation tools. The expert opinion technique was used for the validation of the applied surveys. We used the Likert type scale for surveys. In the study, Excel 2013 was used for descriptive analysis and SPSS v. 22.0 for the inferential analysis applying the logistic regression statistic.

It was concluded when applying the logistic regression that the model was statistically significant,  $X^2 = 13.46$ ,  $p < 0.001$ . The model explains the 19.9% (Nagelkerke's  $R^2$ ) of the variance in accreditation and correctly classifies 75.0% of the cases. Sensitivity was 66.6%, specificity was 77.14%. "The Organizational Change: OR = 0.952, 95% CI [0.918 to 0.986],  $p = 0.007$  and endomarketing: OR = 0.981. The two predictors were statistically significant, Organizational Change and endomarketing. , 95% CI [0.958 to 1.004],  $p = 0.10$  ".

**Keywords:** *Organizational Change, endomarketing – accreditation*

## Resumo

A influência da mudança organizacional e endomarketing foi avaliada no credenciamento da Unidade de Serviços de Produção (UPS) Patologia Clínica, Instituto Nacional de Doenças Neoplásicas (INEN), inquéritos foi aplicada ao pessoal que trabalha nas diferentes áreas do laboratório com base em a percepção das variáveis em estudo, a variável dependente foi associada a critérios de acordo com a norma internacional ISO NTP: 15189 que se aplica para a acreditação de laboratórios; nos resultados descritivos foi observado que 64% dos funcionários percebida Mudança Organizacional é uma "alta", 64% dos funcionários perceberam o endomarketing com um nível "médio" e, conseqüentemente, descobriu que 68% dos funcionários perceberam que acreditação está em um nível "altamente provável". 88 pessoas que trabalham na UPS e Patologia Clínica foram pesquisados - Inen; equipe deve atender aos requisitos de inclusão associados ao escopo da ISO: 9001 dentro da sua área de trabalho. Este estudo é uma pesquisa explicativa, quantitativa, aplicada projeto correlação causal. A técnica foi utilizada na pesquisa para as variáveis de estudo foram desenvolvidos usando inquéritos com base em ferramentas de avaliação. Foi utilizada a técnica da opinião de especialistas, para a validação das pesquisas. Utilizando a escala de Likert foi usado para pesquisas. No estudo, o Excel 2013 foi utilizado para a análise descritiva e software estatístico SPSS v. 22,0 para a análise estatística inferencial por meio de regressão logística.

Concluiu-se quando se aplica o modelo de regressão logística foi estatisticamente significativa,  $X^2 = 13,46$ ,  $p < 0,001$ . O modelo explica 19,9% ( $R^2$  Nagelkerke) da variação no BBB e classificou corretamente 75,0% dos casos. A sensibilidade foi de 66,6%, especificidade de 77,14%. Das duas variáveis de previsão, os dois eram mudança organizacional estatisticamente significativa e endomarketing "Aqui nós detalhadamente os valores de acordo com a tabela:" Mudança Organizacional: OR = CI 0,952, 95% [0,918-0,986],  $p = 0,007$  e endomarketing: OR = 0,981 IC95% [0,958-1,004],  $p = 0,10$  ".  
Palavras-chave: *mudança organizacional, endomarketing - acreditação*